



Азиатским и Римским мучителям. Изверги вне законов, вне правил и вероятностей рассудка ...». См.: *Карамзин Н.М.* История... 1821. Т. IX. Гл. VII. С. 438-439.

- ³⁷ *Levesque P.–Ch.* Histoire de Russie... 1800. Т. 3. Р. 161–162. Как объяснял Левек, «привлеченные возможностью разбогатеть, триста мастеров различных специальностей: ювелиры, литейщики колоколов, оружейники, каменщики, художники, скульпторы, архитекторы, а также теологи, уже прибывшие в Любек, намеревались сесть на судно, отплывающее в Россию, но были остановлены интригами купцов г. Любека, и главным образом ливонцами, которые в дальнейшем испытали на себе злопамятство Царя».
- ³⁸ *Levesque P.–Ch.* Histoire de Russie... 1800. Т. 3. Р. 154–159.

- ³⁹ *Levesque P.–Ch.* Histoire de Russie... 1800. Т. 3. Р. 157.
- ⁴⁰ Ibid. Р. 152.
- ⁴¹ Ibid. Р. 153.
- ⁴² Материал для обширной главы Левек смог отобрать из различных трудов: «Описание Сибирского царства» Г.Ф. Миллера, «Сибирская история» Фишера, «Описание земли Камчатской» Г. Стеллера и др. См.: *Catalogue raisonné...* Р. XVI – XXXVI.
- ⁴³ Это наиболее полная биография Петра I сербского автора З. Орфелина, выпущенная в 1774 г., вскоре стала библиографической редкостью. См.: *Мезин С.А.* Русский историк И.И. Голиков. Саратов, 1991. С. 3.
- ⁴⁴ См.: *Мезин С.А.* Взгляд из Европы: французские авторы XVIII века о Петре I. Саратов, 2003. С. 218–219.
- ⁴⁵ *Levesque P.–Ch.* Histoire de Russie... 1800. Т. 3. Р. 182.

УДК 94(73)/1901/1953

РОЛЬ ЗРЕЛИЩНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ДОСУГЕ АМЕРИКАНЦЕВ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ДЕПРЕССИИ

М.А. Зайцева

Саратовский государственный университет
E-mail: gontarevama@mail.ru

В статье рассматривается роль зрелищных мероприятий в досуге американцев 1930-х годов, сделана попытка проанализировать причины изменений в укладе жизни американцев, произошедшие в период Великой депрессии, а также изучить факторы, объясняющие чрезвычайную популярность киноиндустрии среди всех слоев населения страны.

Ключевые слова: история США, Великая депрессия, экономический кризис, досуг, киноиндустрия, театр, Кодекс художественных фильмов США, Ф.Д. Рузвельт, М. Андерсон.

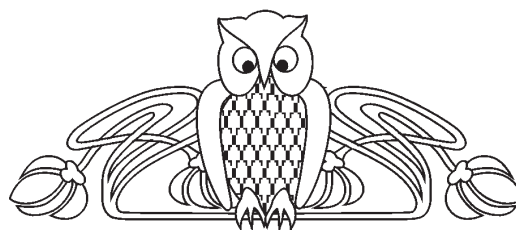
Entertainment as a Part of Leisure Activities in Lifestyles of Americans During Great Depression

М.А. Zaytseva

This article studies the role of entertainment in leisure of Americans in 1930s. It attempts to analyze the reasons for changes in the lifestyles of Americans during Great Depression and to investigate the factor which can explain the extraordinary popularity of film industry among different layers of American society.

Key words: USA history, Great Depression, economic crisis, leisure, film industry, theatre, Motion Picture Code USA, F.D. Roosevelt, M. Anderson.

Экономический кризис, разразившийся в Америке в 1929 г., принес с собой страх, отчаяние, безработицу, был чрезвычайно болезненно воспринят всеми американцами независимо от возраста, пола и социального статуса. Столь яркий и трагический, полный различными событиями и свершениями период времени не мог не вызвать интереса историков. Однако, как в отечественной, так и в зарубежной исторической науке, чаще всего



рассматриваются экономические и политические проблемы кризисного десятилетия. Гораздо меньше внимание, как нам кажется незаслуженно, обращается на историю культуры, на изменения, произошедшие в сфере творчества и искусства.

Несмотря на проблемы, с которыми страна столкнулась в 1930-е гг., творческий потенциал нации не только не был уничтожен, но, наоборот, эта эпоха ознаменовалась величайшими достижениями американской культуры. Это время невозможно представить без джаза, гангстерских и музыкальных фильмов, радио и мультипликационных фильмов Диснея. Как отмечает Моррис Дикштейн: «Сочетая правдивость искусства с незамедлительным воздействием индустрии развлечений, эти работы открывают для нас сокровенные моменты неявной истории Великой депрессии, с ее печальным стремлением к лучшему, с верой в существование некоего места, расположенного в конце Дороги из Желтого Кирпича. Эти работы дают нам единственно возможные ключи к пониманию, кто владел умами и душами людей, о чем они мечтали!»¹.

Не могут не вызвать интереса вопросы, касающиеся повседневной жизни обычных людей: как изменила депрессия их достаток, взгляд на жизнь, как они страдали и общались. Важной частью повседневной жизни американцев являлся досуг, поэтому не менее интересно проанализировать то, как американцы 1930-х гг. отдыхали, на что они тратили свое свободное время. Какое место в их досуге занимали бурно развивающаяся киноиндустрия и театр, который, с одной стороны, переживал состояние необычайного подъема,



окончательно обрел национальную самобытность², а с другой – оказался в тяжелейшем кризисе, возникшем, как из-за тяжелой экономической ситуации, в которой оказалась вся страна, так и по причине увеличившейся популярности кино³.

В первой трети XX в. в США сложились благоприятные условия для значительных изменений в сфере досуга. Одним из факторов, повлиявших на способы проведения свободного времени американцами, стало увеличение доходов граждан после 1900 г., что привело, с одной стороны, к тому, что миллионы семей располагали большими средствами для проведения досуга, а с другой стороны, увеличилось количество свободного времени, которым располагали американцы благодаря сокращению рабочей недели⁴.

Во многом изменились формы проведения досуга. Если раньше это был организованный самостоятельно отдых, который включал в себя охоту, рыбалку, поездки на лошадях и посещения друзей, то начиная с 1920-х гг. складывается новая форма отдыха – отдых коммерческий, организованный не самими людьми, а некими учреждениями, с целью получения дохода: становятся очень популярны кинотеатры, автомобильные туры, радио, бокс, теннис, гольф, футбол, бейсбол, танцы и курорты. На подобного рода развлечения в конце 1920-х тратилось ежегодно 10–12 миллиардов долларов⁵.

Таким образом, начиная со второго десятилетия XX в. вопрос досуга не мог быть не связан с необходимостью платить за него. Для организации отдыха нужно было платить не только за машины, радио, билеты в кино и театр. Согласно статистике в 1929 г. затраты американцев, связанные с увлечениями и досугом, распределились следующим образом: 200 миллионов долларов на растения для дома и сада, 600 миллионов на украшения и серебряные изделия, 400 миллионов на газеты, 700 миллионов на косметику, 900 миллионов на игры и занятия спортом, 2 000 миллионов долларов на кино и концерты, и 4 000 миллионов на мебель для дома⁶.

Разразившийся в 1929 г. кризис не мог не внести свои коррективы, что привело к коренным изменениям в отношении американцев к досугу, так как огромному количеству людей не хватало денег даже на самое необходимое. Однако тенденции, сложившиеся в конце 1920-х гг., оказались важными и в дальнейшем.

На то как американцы проводят свободное время повлиял не только экономический кризис, но и технический прогресс. Историк Клод Фишер выделил характерные черты досуга американцев, окончательно сформировавшиеся к 1940 г.: организованный досуг заменил неформальные, стихийно возникающие развлекательные мероприятия; коммерческие развлечения, особенно посещения кинотеатров и профессиональных спортивных мероприятий заменили любительские, самостоятельные формы проведения досуга и занятия активными видами спорта⁷. Как справедливо отмечено в отчете президентской

комиссии о тенденциях общественного развития страны от 1933 г., информационная изоляция различных районов страны была разрушена во всем мире, в том числе и в США.

В 1930-е гг. именно благодаря развивающимся средствам массовой информации люди в отдаленных районах получили больше возможности улучшить свое образование, благодаря современному доступу к информации⁸. Нельзя забывать, что еще в начале 1930-х гг. приблизительно 30 миллионов людей жили на фермах и еще 32 миллиона в населенных пунктах численностью менее 10 000 человек⁹. Важнейшей, получившей стремительное распространение технической новинкой, особенно для жителей удаленных от крупных городов мест, стало радио.

Образовавшиеся в конце 1920 г. две национальные радиовещательные сети: Национальная вещательная компания (NBC) и CBS (американская телерадиовещательная сеть) сыграли чрезвычайно важную роль в объединении страны, распространении единых ценностей, способствовали однородности общества, уменьшили классовые и региональные различия, повлияли на формирование того, что в 1930-х гг. стали называть «американский стиль жизни»¹⁰. Объединив огромное количество ранее независимых радиостанций по всей стране, они повысили качество радиопрограмм, приведя репертуар к единообразию независимо от местности, сведя до минимума участие местных ведущих, вместо них люди повсеместно получили возможность слушать передачи, выпущенные талантливыми ведущими, актерами, что в совокупности со снизившимися ценами на радиоприемники привело к тому, что в 1939 г. 27,5 миллионов семей в США имели возможность слушать радио у себя дома, в среднем четыре с половиной часа в день¹¹. К 1930 г., 40% семей в США располагали радиоприемниками и могли выбирать из нескольких сотен радиостанций, через 10 лет это число увеличилось до 80%¹².

Никогда до этого момента американцы в Новой Англии не имели возможности смотреть и слушать то же, что и американцы на Среднем Западе. Начавшаяся формироваться еще в 1920-х гг. массовая культура, самоопределяющаяся благодаря появлению и массовому распространению радио, журналов, купить которые можно было во всех уголках страны, спорт, кино – это объединяло все увеличивающуюся аудиторию зрителей и слушателей, создавало массовую культуру. «Общие образы, язык, запомнившиеся всем фразы, помогло создать общую культуру и объединить американцев»¹³.

Техническое развитие конца второго десятилетия XX в., связанное с развитием средств общения, коснулось и киноиндустрии: изменились кинокамера, проектор, появилось оборудование для звукового кино. Кино постепенно влияло на нормы и традиции, существующие в разных частях страны. Уже в 1933 г. обращалось внимание на образовательное воздействие кино на обще-



ство: «Фильмы повлияли на театр, спорт, на то как учится молодежь, на пьесы и романы. Научные изобретения повлияли на запись исторических событий, изучение природы, позволяли вести замедленную или, наоборот, ускоренную запись происходящего. Подобные результаты развития видеозаписи невозможно было предвидеть»¹⁴.

В 1920 г. кинотеатры продавали 40 миллионов билетов в неделю, через десятилетие это число увеличилось в два раза. По мнению ученых, популярность кинотеатров выросла за счет стремительно уменьшающегося количества театров-варьете¹⁵ и салунов¹⁶.

Может вызвать интерес исследование Ховарда Белла, проведенное в 1938 г., в ходе которого были опрошены молодые люди в Мериленд в возрасте от 16 до 24 лет. Штат Мериленд был выбран как наиболее «типичный» и 13 528 опрошенных молодых людей стали представителями более 250 000 молодых юношей и девушек своего поколения в Мериленде и еще 20 миллионов по всей стране. В ходе опроса выяснилось, что около 35% девушек назвали чтение, своим основным видом отдыха и развлечения, количество юношей, давших идентичный ответ, было более чем в 2 раза меньше, всего 16,7%. Помимо чтения интересы молодых людей сосредоточены на занятиях спортом (большинство молодых мужчин отдали предпочтение именно этому виду развлечений), а также 9,4% юношей и 12% девушек назвали посещение кинотеатров основным способом проведения досуга¹⁷. Опрос общественного мнения, проводимый Институтом общественного мнения Гэллага, в 1938 г. показал, что 21% опрошенных назвал чтение любимым видом развлечения, 17% отдали предпочтение театру и кино, 12% – танцам и по 9% – радио и играм, в частности в карты¹⁸. Из чего можно сделать вывод, что к 1938 г. радио и кино прочно вошли в жизнь американцев.

Люди шли в кино или слушали радио во многом для того, чтобы уйти от печальной действительности, при этом то, что они смотрели, было частью их самих, их культуры и их ценностей. Как отмечает Г. Крейвенс, к 1930 г. выпущенные в Голливуде фильмы стали основной доминантой популярной культуры в США¹⁹, несмотря на то, что киноиндустрия пострадала в начале Великой депрессии.

С началом экономического кризиса цены на билеты снизились, количество зрителей уменьшилось приблизительно с 80 миллионов человек в 1929 г. до 60 миллионов – в 1932 г., стоимость производства фильмов выросла вдвое²⁰. Дело в том, что Депрессия произошла в чрезвычайно «неудачное» время. Это был период перехода на звуковое кино. Студии были вынуждены инвестировать огромные суммы для покупки нового оборудования, тот же самый процесс происходил и в кинотеатрах. 70% кинотеатров были оборудованы системами звука, многие из них имели огромные суммы долговых обязательств.

Тем не менее, с течением времени киноиндустрия укрепляет свои позиции. Уже в 1930 г.

80 миллионов человек, что составляло приблизительно 65% населения страны, еженедельно посещали кинотеатры²¹.

Американцы, которые приходили в кино по нескольку раз в неделю, должны были заплатить от 15 до 25 центов за сеанс (в самом начале 1930-х гг. цены в среднем составляли от 25 до 50 центов за сеанс). Цена зависела от известности актера и уровня кинотеатра. Самые дешевые билеты были в местных небольших кинотеатрах, в которых не проходили премьерные показы. Кинотеатры, демонстрирующие премьеры фильмов, снижали цены на билеты на дневные показы, а также на детские билеты. Однако уже к середине 1930 гг., вслед за снижением посещаемости, владельцы кинотеатров пошли на вполне предсказуемые меры, снижая цены в среднем до 20 центов (в маленьких кинотеатрах можно было посмотреть фильм, заплатив лишь 10 центов). Еще одним способом привлечь зрителей стала организация так называемого «удлиненного» сеанса. Это означало, что заплатив за входной билет люди имели возможность посмотреть 2 фильма: один из которых был «качественным», а второй относился к категории «В», категории малобюджетных фильмов²². Подобная ценовая политика сделала кино еще более доступным широким слоям населения.

Интересно обратить внимание на тот факт, что в годы Великой депрессии люди ходили в кино чаще, чем они это делали в дальнейшем в годы процветания и стабильности²³.

Возникает вопрос, что же делало кинотеатры столь привлекательными для зрителей? В годы депрессии кинотеатр стал тем местом, в котором можно было забыть о повседневных проблемах. Основной социальной функцией кино стало развлечение, дарующее ощущение, что все проблемы остались позади (чему способствовали фильмы со счастливым концом)²⁴. Фильмы редко поднимали неприятные темы, связанные с реальными проблемами страны этого кризисного десятилетия²⁵.

Атмосфера кинотеатра, где, сидя в темноте, зрители смотрели на ярких и красивых людей, наблюдали за отношениями между мужчинами и женщинами (зачастую сильно отличающимися от привычных и общепринятых отношений), влияла на нормы поведения, существовавшие до тех пор.

Очевидно, что как Голливуд влиял на мировоззрение зрителей, так и изменяющаяся жизнь влияла на киноиндустрию. Так, до отмены сухого закона огромной популярностью пользовались гангстерские фильмы – «Враг общества» (1931), «Маленький цезарь» (1930). В этих фильмах зрители часто становились на сторону преступников. Зачастую преступники, борющиеся с властями, становились народными героями. После принятия двадцать первой поправки (касающейся сухого закона), во многом изменившей криминальную ситуацию на улицах городов, изменились и фильмы. Фильмы о преступлениях превратились в фильмы о законе и порядке.



Многих критиков волновал вопрос тематики становившихся столь популярными фильмов. Это был период переоценки традиционных ценностей. Возрастал цинизм публики. Авторы фильмов показывали примеры людей, достигших богатства и благополучия, причем далеко не благодаря усердной работе и вере в Бога, а благодаря убийствам, торговле незаконными товарами или продаже собственного тела.

В таких фильмах, как «Рыжеволосая женщина» (1932), «Красная пыль» (1932), главная героиня, проститутка, наслаждалась роскошным образом жизни, что в корне противоречило моральным стандартам, существующим в стране, согласно которым падшая женщины должна дорого заплатить за свои прегрешения.

1930-е гг. стали периодом расцвета фильмов ужасов. По словам Дэвида Скала, 1931 г. – один из худших годов депрессии – «стал лучшим годом для монстров»²⁶. Как замечает Лерой Эшби, зрители находили в фильмах ужасов множество значений, может быть, даже идеи социальных конфликтов.

Тематика ставших чрезвычайно популярными фильмов не могла не беспокоить власти. Попытки цензурного регулирования были сделаны еще в 1930 г., когда был создан Кодекс художественных фильмов США, представлявший собой свод цензурных правил, касающихся производства фильмов в стране²⁷.

Кодекс 1930 г., остался без внимания киноиндустрии до 1934 г., когда было образовано специальное бюро, где рассматривались все сценарии, по которым впоследствии ставились художественные фильмы.

Во многом этот Кодекс 1934 г. и определил дальнейшее развитие американского кинематографа. На протяжении многих десятилетий киноиндустрия США не поднимала злободневных проблем, способствовала стандартизации продукции, обязательного хеппи энда и т.д.

Возможно, на усиление действия Кодекса могла повлиять приписываемая Ф.Д. Рузвельту фраза, относящаяся к деятельности актрисы-ребенка Ширли Темпл: «Во время депрессии, когда люди удручены как никогда ранее, совершенно замечательно, что, заплатив 15 центов, каждый Американец может пойти в кино, взглянуть на улыбающегося ребенка и забыть о своих проблемах»²⁸. Не вызывает сомнений точка зрения президента Рузвельта, сформулированная еще в его первой инаугурационной речи, произнесенной 4 марта 1933 г.: «единственно, перед чем мы должны испытывать страх, – это сам страх», ибо, умонастроения населения – это часть депрессии, и необходимо дать людям возможность забыть о своих проблемах, окунуться в иной мир. Голливуд как раз и был тем миром, который позволял забыть.

Если мы посмотрим на фильмы второй половины 1930-х гг., то перед нами откроется мир изысканно обставленных апартаментов, дорогих номеров, ночных клубов, прекрасного шампанско-

го и современной музыки, мир, с которым не имело ничего общего подавляющее большинство американцев. Как отмечал Фредерик Аллен, фильмы «едва ли хоть в небольшой степени отображали реальную Америку. <...> скорее, давали возможность человеку оказаться в никогда не существовавшей стране приключений и любви, не осложненной мыслью. <Зрители будущих десятилетий, посмотрев случайную подборку фильмов этой эпохи> вряд ли бы смогли хоть на йоту осознать, какие трудности испытывала Америка в 1930-х гг.»²⁹.

Похожего мнения придерживался и Луи Райд, полагавший, что киноиндустрия, так же как и радио, целевой аудиторией воспринимала людей с «разумом двадцатилетних». Он отмечал, что большинство американцев в 1930-х гг. ходило в кино по тем же причинам, по которым они слушали радио: «просто по привычке, чтобы скоротать время, или, что более вероятно, из желания убежать от скучной и непривлекательной реальности»³⁰.

В своем исследовании 1936 г. Максин Девис писала, что кино – это «не больше и не меньше антидот от печальной реальности. Нужно лишь заплатить 10 или 25 центов и купить доступ в рай»³¹.

Конечно, существовали фильмы, затрагивающие злободневные проблемы современности. Нельзя не вспомнить о таких знаменитых фильмах на классические сюжеты, как «Мятеж на Баунти» (1935), «Жизнь Эмиля Золя» (1937), «Повесть о двух городах» (1935). Были фильмы Чарли Чаплина «Огни большого города» (1931), «Новые времена» (1936). В конце десятилетия выходит серия фильмов-биографий, посвященных великим историческим деятелям, например фильм Джона Форда «Молодой мистер Линкольн» (1939), Реймонда Мессе «Линкольн в Иллинойсе» (1940). Киноиндустрия не оставляла без внимания и крупнейшие, пользующиеся наибольшей популярностью театральные постановки своего времени, адаптируя их для киноэкрана. Так, один из самых популярных драматургов кризисного десятилетия Максвелл Андерсон не только написал сценарии, основанные на своих пьесах («Мария Шотландская» (1936), «Приход зимы» (1936), «Частная жизнь Елизаветы и Эссекса» (1939), но и стал автором сценариев для фильмов по роману Льва Толстого «Воскресение» (фильм 1934 г.) и Эриха Мария Ремарка «На западном фронте без перемен» (1930 г.).

Годы Великой депрессии принесли с собой новое отношение к понятию «досуг, свободное время». Зачастую досуг связывали с безработицей, ибо оставшимся без работы людям приходилось мириться с большим количеством свободного времени, которое не приносило ни удовольствия, ни радости. Тем не менее, депрессия стала той силой, которая повлияла на историю страны, создав благоприятную атмосферу для коренных изменений в экономической, политической и социально-культурных сферах жизни страны. Искусство в различных своих формах, самой популярной из которых стало кино, помогло людям



справиться с кризисом, меняло людей и менялось само, находя новые формы, жанры, привлекая новые зрительские аудитории.

Примечания

- ¹ Книга Морриса Дикштейна «Танцую в темноте, культурная история Великой депрессии» в конце января 2010 г. вошла в объявленный Национальным объединением литературных критиков США шорт-лист лучших работ года, изданных на английском языке, в жанре критики. (*Dickstein M. Dancing in the Dark: A Cultural History of the Great Depression. Norton, 2009. P. XIV.*)
- ² См.: *Очман А.В.* Американская драматургия 1930-х гг. Грозный, 1987. С. 30–35; *Ромм А.С.* Американская драматургия первой половины XX века. М., 1978. С. 10–15; *Krutch J.W. The Theatre // Stearns H. America Now. N.Y., 1938. P. 72–104.*
- ³ В большинстве работ, посвященных истории культуры, театру 1930-х гг. отводится исключительно незначительное место. См.: *Young W.H., Young N.K. The Great Depression in America: a cultural encyclopedia. Vol. 1. Greenwood Publishing Group, 2007; McGovern J.R. and a Time for Hope: Americans in the Great Depression. Westport, CT, 2000; Best G.D. The Nickel and Dime Decade: American Popular Culture during the 1930s. Westport, CT., 1993.*
- ⁴ Mitchell W.C. and United States, President's Research Committee on Social Trends, Recent Social Trends in the United States: Report of the President's Research Committee on Social Trends. Vol. 1, N.Y., 1933. P. XXXVI.
- ⁵ Ibid. P. LI.
- ⁶ Ibid. P. XXXVI, LII.
- ⁷ *Fisher C.S. Changes in Leisure Activities, 1890–1940 // J. of Social History. Vol. 27, iss. 3. 1994. P. 453.*
- ⁸ Mitchell W.C. and United States... Vol. 1. N.Y., 1933. P. XXVII.
- ⁹ Ibid. P. XXXIX.
- ¹⁰ McGovern J.R. and a Time for Hope... P. 187–188.
- ¹¹ См.: *Bamouw E. The Golden Web: A History of Broadcasting in the United States, 1933–1953. Vol. II. N.Y., 1968; MacDonald J.F. Don't Touch That Dial: Radio Programming in American Life, 1920–1960. Chicago, 1979; Special Reports on American Broadcasting. N.Y., 1974; Marquis A.G. Hopes and Ashes: The Birth of Modern Times, 1929–1939. N.Y., 1986.*
- ¹² Historical Statistics of the United States, 1790–1970. Wash., 1975. P. 796.
- ¹³ *Cravens H. Great Depression: people and perspectives in American social history. ABC-CLIO, 2009. P. 209.*
- ¹⁴ Mitchell W.C. and United States... Vol. 1. N.Y., 1933. P. 146.
- ¹⁵ Англ. *vaudeville* – жанр эстрадных представлений, популярный в США и Канаде с начала 1880 по 1930 г., сочетающих в себе музыкальные выступления, комические сценки, дрессированных животных, фокусников, акробатов, жонглеров, танцоров, одноактовые сценки и т.д.
- ¹⁶ См.: Historical Statistics of the United States, 1790–1970. Wash., 1975. P. 399–400; Statistical Abstract of the United States. Wash., 1990. P. 230; *Peiss K. Cheap Amusements: Working Women and Leisure in Turn-of-the Century. N.Y. Philadelphia, 1986; Rosenzweig R. Eight Hours of What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920. N.Y., 1985.*
- ¹⁷ *Bell H.M. Youth Tell Their Story. Ayer Publishing, 1974. P. 162.*
- ¹⁸ Цит. по: *Robinson J.P. 'Massification' and the Democratization of the Leisure Class // Annals of the American Academy. 1978. January. P. 220.*
- ¹⁹ См.: *Cravens H. Op. cit. P. 208.*
- ²⁰ The American Film Industry / ed. by T. Balio. University of Wisconsin Press, 1985. P. 256.
- ²¹ См.: *Koszarski R. An Evening's Entertainment: The Age of the Silent Feature Picture 1915–1928. Vol. 3. History of American Cinema Series / ed. by Ch. Harpole. N.Y., 1990. P. 25; Finler J.W. The Hollywood Story. N.Y., 1988. P. 288.*
- ²² См.: The American Film Industry / ed. by T. Balio. University of Wisconsin Press, 1985. P. 260–261; *Young W.H., Young N.K. The 1930s. Greenwood. Westport, CT., 2002. P. 186.*
- ²³ См.: *Finler J.W. Op.cit. P. 288.*
- ²⁴ *Bohn Th.W., Stromgren R.L. Light and Shadows: A History of Motion Pictures. Mayfield Publishing Company, 1987. P. 208.*
- ²⁵ *Cook D.A. A History of Narrative Film. N.Y., 1996. P. 443.*
- ²⁶ *Ashby L. With Amusement for All: A history of American Popular Culture Since 1830. University Press of Kentucky, 2006. P. 225.*
- ²⁷ Уилл Хейс, президент организации «Motion Picture Producers and Distributers of America» сформулировал основополагающие принципы Кодекса: ни одна картина не должна уменьшать моральные стандарты ее зрителей. Таким образом, симпатии зрителей не могут отдаваться в сторону преступлений, правонарушений, злодеяний или греха; правильные стандарты жизни должны быть представлены в фильмах или развлекательных программах; законы человеческие, так же как и законы природы, не должны подвергаться насмешке. См.: *Foster R. Dulles, America Learns to Play. N.Y., 1965. P. 302–303.*
- ²⁸ Данная цитата встречалась нам в нескольких исследованиях, посвященных 1930 гг., в том числе: *Temple Black Sh. Child Star: An Autobiography. N.Y., 1988. P. 59; Custen G.F. Twentieth Century's Fox: Darryl F. Zanuck and the Culture of Hollywood. N.Y., 1997. P. 199.*
- ²⁹ *Allen F.L. Since Yesterday. N.Y., 1965. P. 222.*
- ³⁰ *Reid L.R. Amusement: Radio and Movies // Stearns H. America Now. N.Y., 1938. P. 23.*
- ³¹ *Davis M. The Lost Generation. N. Y., 1936. P. 133.* М. Девис выделяет следующие причины «наркотического» увлечения молодежи кино: жизнь пуста: они забываются в сверкающем мире, в котором случаются потрясающие вещи; жизнь скучна: воображаемый мир потрясающе интересен; завтрашний день ничем не будет отличаться от вчерашнего и сегодняшнего: они бегут от будней, мечтая о приключениях и любви; жизнь бесцветна: в кино они видят все цвета радуги; они идентифицируют себя с героями голливудских фильмов. Они любят, страдают, сражаются и триумфально побеждают.